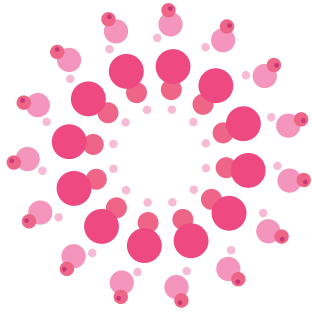




Hướng dẫn thực hành thiết kế
và triển khai chương trình trên
mạng xã hội nhằm nâng cao
nhận thức về Quản lý sử dụng
thuốc kháng sinh cho bệnh
nhân và cộng đồng



AMR&S
WORKING GROUP



Tại sao việc triển khai chương trình AMS trên mạng xã hội lại quan trọng?

Công tác đào tạo về tình trạng kháng thuốc kháng sinh (AMR) có thể diễn ra dưới nhiều hình thức¹ và thường dựa vào các phương tiện truyền thống như tài liệu in, truyền hình và radio.^{2,3} Tuy nhiên, sự quan tâm hiện đã chuyển sang các phương tiện hiện đại hơn như mạng xã hội và các trang web trực tuyến.⁴⁻⁷ Việc truyền tải thông tin qua mạng xã hội nhanh hơn và tiết kiệm chi phí hơn so với các phương pháp truyền thống đồng thời có thể mở rộng để tiếp cận lượng độc giả lớn hơn trong thời gian ngắn.⁶⁻⁸ Ngay cả tại các quốc gia có thu nhập thấp và trung bình (LMIC), hơn một nửa dân số (52%) sử dụng internet di động (theo thống kê năm 2023) và có khả năng tiếp cận mạng xã hội như một phương tiện giao tiếp.⁹ Điều quan trọng là bệnh nhân hiện không còn chỉ dựa vào ý kiến lâm sàng của các chuyên gia y tế.^{4,10,11} Họ chủ động tìm kiếm thông tin trực tuyến về bệnh, chẩn đoán và phương pháp điều trị cũng như chia sẻ trải nghiệm cá nhân (ví dụ: tác động của AMR hoặc các sự cố bất lợi liên quan đến thuốc kháng sinh).^{4,10-12} Tính đến tháng 4/2024, có 5 tỷ người dùng mạng xã hội trên toàn cầu,¹³ tương đương hơn 60% dân số thế giới.¹⁴ Điều này tạo ra cơ hội để nâng cao nhận thức về việc sử dụng hợp lý thuốc kháng sinh và vấn đề AMR thông qua phương tiện truyền thông trực tuyến.⁸

Tài liệu này nhằm cung cấp hướng dẫn thực tế từng bước cho các chuyên gia chăm sóc sức khỏe, bệnh viện và các tổ chức y khoa trong việc thiết kế và triển khai chương trình qua mạng xã hội để nâng cao nhận thức về quản lý sử dụng thuốc kháng sinh (AMS) cho bệnh nhân và cộng đồng. Mục tiêu là giúp người dùng nắm được các chiến lược tạo nội dung hấp dẫn dựa trên bằng chứng để truyền tải thông tin nhanh chóng và hiệu quả về AMR, vận động chính sách cho AMS và các vấn đề quan trọng khác liên quan đến việc sử dụng kháng sinh, tuyên truyền cho bệnh nhân và cộng đồng cũng như hướng dẫn cách đánh giá và theo dõi sự thành công và tính bền vững của các chiến lược này.

Nội dung này được phát triển độc lập và thuộc sở hữu của các thành viên Nhóm Công tác về Tình trạng kháng thuốc kháng sinh và Quản lý sử dụng thuốc kháng sinh. Trong quá trình phân phối các tài liệu này, nhóm xin được ghi nhận sự hỗ trợ về mặt tài chính của Pfizer.

Các bước chính để xây dựng và triển khai kế hoạch mạng xã hội

Xác định vai trò lãnh đạo

Việc xác định cá nhân đảm nhận vai trò lãnh đạo và chịu trách nhiệm trong các hoạt động nâng cao nhận thức về AMS trên mạng xã hội là bước đầu tiên đặc biệt quan trọng.^{1,15} Cần hiểu rõ các hướng dẫn về mạng xã hội nào phù hợp với tổ chức của bạn.⁴ Nếu có thể, bệnh viện cần chỉ định cụ thể một nhân viên hành chính phụ trách khâu vận hành để hỗ trợ bác sĩ lãnh đạo trong việc quản lý/giám sát các tài khoản của tổ chức và hướng dẫn từng cá nhân sử dụng trong phạm vi các hướng dẫn này.

Thiết lập mục tiêu

Việc thiết lập và sắp xếp các mục tiêu truyền thông trên mạng xã hội trong tổ chức sẽ giúp xác định đối tượng cần tiếp cận, các kênh cần sử dụng và từ đó xác định được nội dung cần tạo. Người thực hiện công tác tuyên truyền cần xác định độc giả và mục tiêu chính để lựa chọn phong cách/giọng điệu phù hợp cùng chủ đề cụ thể muốn tập trung.^{7,16}

Các mục tiêu ban đầu có thể đơn giản chỉ là tạo ra các khảo sát để tìm hiểu độc giả đã biết gì và những hiểu lầm hiện tại. Cần tiến hành đo lường mức độ nhận thức cơ bản của công chúng để đánh giá hiệu quả truyền thông sau đó.¹⁵

Bảng 1

Ví dụ về các khái niệm mục tiêu chính dùng trong các chiến dịch tuyên truyền đã được lồng ghép trong các sáng kiến AMS trước đây

Các chủ đề chính theo mô tả của WHO ¹	Thông điệp cụ thể, hướng tới mục tiêu ²⁰⁻²³
<ul style="list-style-type: none">• Kháng sinh hoạt động như thế nào?• Các loại bệnh và tình trạng nào có thể điều trị bằng thuốc kháng sinh?• Tình trạng kháng kháng sinh phát triển như thế nào?• Khi nào tôi nên dùng kháng sinh?• Tại sao việc tuân thủ hướng dẫn về thời gian và liều dùng kháng sinh lại quan trọng?• Tôi nên làm gì với lượng thuốc kháng sinh còn thừa?	<ul style="list-style-type: none">• “Kháng sinh không có tác dụng đối với cảm lạnh hoặc cúm” – ECDC• “Dùng kháng sinh khi không cần thiết sẽ khiến bạn và gia đình gặp rủi ro” – NHS• “Duy trì hiệu quả của kháng sinh là trách nhiệm của mọi người” – ECDC• “Hãy trở thành người bảo vệ kháng sinh” – NHS• “Hãy dùng kháng sinh một cách có trách nhiệm” – ECDC<ul style="list-style-type: none">- “Không giữ lại các liều kháng sinh còn thừa”- “Việc sử dụng kháng sinh sai hoặc không đúng cách có thể khiến vi khuẩn trở nên kháng thuốc trong các lần điều trị sau”• “Kháng sinh có tác dụng phụ không?” – US CDC

ECDC, European Centre for Disease Prevention and Control (Trung tâm Phòng ngừa và Kiểm soát Dịch bệnh châu Âu); NHS, National Health Service (England) (Dịch vụ Y tế Quốc gia - Anh); US CDC, United States Centers for Disease Control and Prevention (Trung tâm Kiểm soát và Phòng ngừa Dịch bệnh Hoa Kỳ); WHO, World Health Organization (Tổ chức Y tế Thế giới)

Ví dụ từ Trung Quốc:¹⁷

Các nhà nghiên cứu từ Chinese Center for Disease Control and Prevention đã sử dụng **Weibo** và **WeChat** để khảo sát nhận thức của công chúng về AMR thông qua một cuộc khảo sát trực tuyến. Mặc dù 95% những người tham gia khảo sát đã nghe về “kháng kháng sinh” nhưng 42% người tham gia cho biết họ ngừng sử dụng kháng sinh ngay khi cảm thấy khỏe hơn. Nhiều người tham gia cũng nhầm lẫn khi cho rằng kháng sinh có thể sử dụng để điều trị các bệnh nhiễm virus (ví dụ, bệnh sởi) hoặc cảm lạnh/cúm.

Công chúng thường được tuyên truyền hiệu quả về các mối đe dọa liên quan đến sức khỏe khác như bệnh tim và ung thư nhưng lại thường đánh giá thấp mối đe dọa của AMR và cho rằng điều này liên quan nhiều hơn đến hành động của người khác thay vì chính bản thân mình.^{18,19} Việc thiết lập kiến thức và hiểu biết cơ bản có thể giúp xác định các thông điệp chính cần truyền tải trong tương lai (**Bảng 1**).

Hiểu rõ đối tượng và cách thức tiếp cận

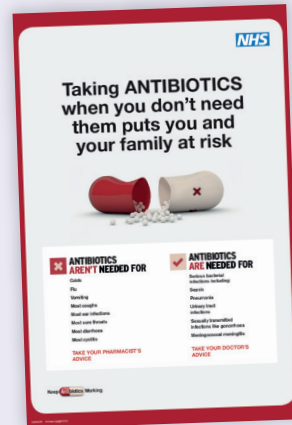
Xác định đối tượng công chúng hoặc bệnh nhân cụ thể mà bạn muốn hướng đến.^{7,15,16} Các nhóm đối tượng cần hướng đến này có thể bao gồm:

- Công chúng nói chung
- Những người có khả năng cao sử dụng kháng sinh (ví dụ: người chăm sóc như những người mẹ hoặc người giám hộ)²⁴⁻²⁷
- Các nhóm bệnh nhân thường được cho sử dụng kháng sinh một cách không cần thiết (tức là những người bị cảm lạnh, tiêu chảy, vết thương nhẹ)^{15,28-30}

Quyết định cách tiếp cận đối tượng một cách hiệu quả nhất. Mức độ tương tác sẽ phụ thuộc vào nguồn lực/ thời gian sẵn có và mức độ quen thuộc cũng như mức độ tương tác hiện tại của bạn với nền tảng mạng xã hội đã chọn (**Hình 1**).

Đây không chỉ đơn thuần là phổ biến thông tin – cần đưa ra quyết định về việc liệu có nên tạo nội dung mới, sử dụng, quảng bá và/hoặc chọn lọc nội dung hiện có hay chỉ đơn giản là tham gia các cuộc thảo luận để nâng cao nhận thức.⁷

Nhắm đến những đối tượng có khả năng sử dụng kháng sinh cao nhất



Public Health England đã tập trung vào các bà mẹ của trẻ em từ 0-16 tuổi hoặc những người >50 tuổi^{24,25}

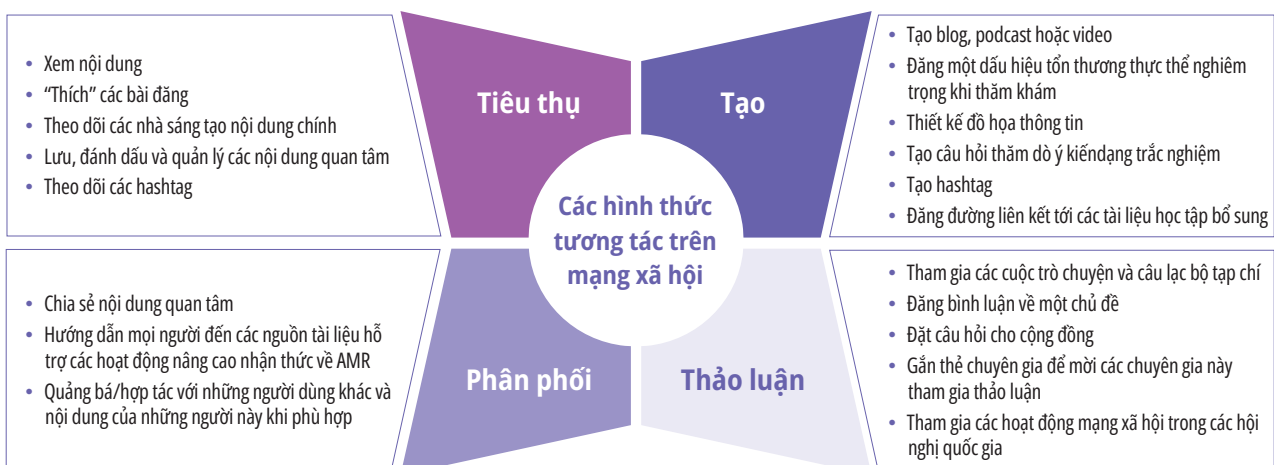
Public Health England

Chiến dịch dài hạn tại Mỹ đã nhắm đến các bà mẹ: “Supermoms against superbugs” (Mẹ siêu nhân chống siêu vi khuẩn)²⁶⁻²⁷



Hình 1

Các hình thức tương tác trên mạng xã hội



Theo nghiên cứu của: Nematollahi S cùng cộng sự năm 2022.

Bảng 2

Ví dụ về các công cụ tương tác về AMS trên mạng xã hội từ các nguồn đáng tin cậy

Loại công cụ tương tác	Nguồn đáng tin cậy	Thông tin chi tiết
Trò chơi	Public Health England	Bacteria Combat (https://www.gamedrlimited.com/bacteriacombatgame).
	Public Health England	e-Bug (https://www.e-bug.eu). ³⁵
	Trò chơi được WHO công nhận	Superbugs (https://amr.longitudeprize.org/superbugs-game/). ¹
	National Centre for Infectious Diseases, Singapore	"SteWARDs Antibiotic Defence"(sẽ được thử nghiệm tại Singapore). ³⁶
Công cụ tính toán	Mahidol Oxford Tropical Medicine Research Unit, Mahidol University, Bangkok, Thái Lan (+ các nguồn khác)	Công cụ tính toán dấu chân kháng sinh bằng cả tiếng Thái lẫn tiếng Anh (https://www.antibioticfootprint.net/calculator/). ³⁷
Công cụ khi di chuyển	Division of Infectious Diseases, University of Verona, Ý (+ các nguồn khác)	AMR travel tool (https://epi-net.eu/travel-tool/overview/). ³⁸

Chọn các kênh

Mỗi nền tảng mạng xã hội đều có các chức năng độc đáo để thúc đẩy sự tương tác và xây dựng cộng đồng.^{5,7} Bạn không cần tham gia tất cả các nền tảng để tiếp cận bệnh nhân và/hoặc công chúng. **Bắt đầu** bằng cách tham gia một hoặc hai nền tảng có vẻ phù hợp nhất với mục tiêu của bạn.⁵ Thông lệ tốt nhất là tạo một tài khoản chuyên nghiệp riêng biệt với tài khoản cá nhân trên cùng một nền tảng mạng xã hội.⁵

Lập kế hoạch và phát triển nội dung

Khi bạn đã xác định được mục tiêu và độc giả dự định, hãy lập kế hoạch nội dung phù hợp.⁴

Hãy ghi nhớ những điều sau đây:

- **Xây dựng nội dung ngắn gọn và đúng trọng tâm** – mỗi lần chỉ truyền tải một thông điệp rõ ràng và không mơ hồ.¹⁵ Ví dụ: sử dụng nội dung để làm nổi bật một ý chính hoặc một con số quan trọng (xem ảnh dưới đây bên trái).
- **Sử dụng các khẩu hiệu** (ví dụ: "Hãy sử dụng kháng sinh hiệu quả") **hoặc công thức ghi nhớ** (ví dụ, AWARe = Access, Watch, Reserve antibiotics (Tiếp cận, Theo dõi, Dự trữ kháng sinh)) phù hợp để làm nội dung dễ nhớ hơn.⁵
- **Sử dụng hình ảnh/phim hoạt hình bắt mắt** tối đa có thể.^{6,39} Tạo hoặc tìm các đồ họa thông tin, biểu đồ hoặc bảng miễn phí để đơn giản hóa các chủ đề phức tạp nhưng cần lưu ý đến chất lượng và vấn đề bản quyền (tham khảo **Phụ lục 1**).^{7,31}
- **Sử dụng ảnh chế hài hước hoặc gif bắt mắt.**^{6,32} Có nhiều video hướng dẫn và công cụ tạo ảnh chế miễn phí trực tuyến. Một số trang web về AMR cung cấp gif hoặc ảnh chế miễn phí để tải về và sử dụng lại (ví dụ: các gif "Go purple" trên trang web CDC Antibiotic Awareness Week).³²
- **Tạo bài đăng tương tác.**⁶ Một cách để thực hiện là tạo các cuộc thăm dò hoặc bài kiểm tra đa lựa chọn đơn giản.^{6,7}
- **Tìm kiếm và chia sẻ nội dung dài hơn** từ các nguồn đáng tin cậy giúp quảng bá thông qua việc đăng các đường liên kết. Ví dụ: các trò chơi, ứng dụng, blog, podcast, video, v.v.^{7,16,25,33,34} Thường có những công cụ tương tác độc đáo và mới lạ mà bạn có thể tìm thấy (**Bảng 2**).



- **Tận dụng tài liệu** từ các tổ chức uy tín hoặc cơ quan chính phủ hoặc lấy ý tưởng để chuyển thể cho các chương trình bằng ngôn ngữ địa phương. Chuyển đổi thành nội dung thân thiện với mạng xã hội. Dịch tài liệu từ tiếng Anh sang ngôn ngữ khác có thể là một công cụ truyền thông đơn giản nhưng hiệu quả.³⁹

Ví dụ của Ả Rập Xê Út:³⁹

Các chuyên gia đào tạo đã triển khai một **chiến dịch trên nền tảng X** (trước đây là Twitter) thí điểm bằng tiếng Ả Rập trực tuyến, tập trung vào vấn đề siêu vi khuẩn, sử dụng hashtag. Các chuyên gia này đã đăng các tweet ngắn bằng tiếng Ả Rập kèm theo liên kết đến nhiều bài viết và video liên quan đến siêu vi khuẩn, đồng thời *dịch các bài báo và tin tức không phải tiếng Ả Rập sang tiếng Ả Rập* để chia sẻ với người theo dõi.

Mức độ sáng tạo nội dung cao hơn có thể bao gồm việc tạo các video đồ họa thông tin hoặc phim hoạt hình/truyện tranh. Tuổi thọ của một video thường dài hơn nhiều so với một bài đăng trên mạng xã hội và có thể tiếp tục thu hút sự chú ý nhiều tháng sau khi ra mắt.³⁹

Phân phối nội dung và gia tăng tương tác

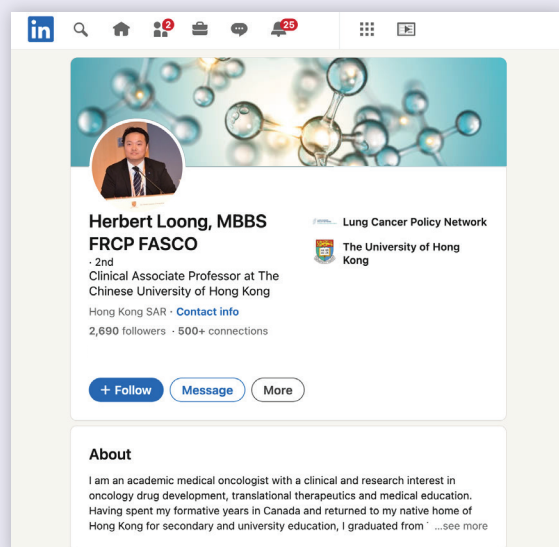
Cách tăng cường khả năng hiển thị và tương tác trên mạng xã hội:

- Tối ưu hóa giao diện hồ sơ để tạo lý do cho người khác theo dõi bạn.⁵ Nếu có thể, hãy thuê các kỹ sư thiết kế hoặc sử dụng AI để tạo các giao diện và avatar bắt mắt.
- Sử dụng emoji và hashtag.⁵
- Kích thích tương tác bằng cách kêu gọi tham gia và tham gia vào các cuộc trò chuyện. Ví dụ:
 - Tìm kiếm và hợp tác với các nhân vật nổi tiếng, các nhà lãnh đạo cộng đồng hoặc người có ảnh hưởng trên mạng xã hội để khuếch đại thông điệp của bạn.^{15,40}
 - Tạo nhóm hỗ trợ trên Facebook (chẳng hạn như cho phụ huynh có con đang dùng kháng sinh).⁴¹
 - Khởi tạo một nhóm cam kết. Nổi tiếng nhất là chiến lược này được sử dụng bởi chiến dịch “become an antibiotic guardian” (Trở thành người bảo vệ kháng sinh) của Anh.^{1,16,42}
 - Quảng bá các chiến dịch liên quan đến AMS đúng thời điểm đến người theo dõi của bạn (ví dụ: Ngày rửa tay thế giới, Tuần lễ nhận thức AMR thế giới) và/hoặc điều chỉnh để phù hợp với cách sử dụng tại địa phương ở các quốc gia khác khi thích hợp.



Ảnh đại diện

Tải lên ảnh tiêu đề mang lại giá trị cho tổ chức của bạn, thể hiện sự chuyên nghiệp và truyền tải một thông điệp ý nghĩa. Ví dụ: hình ảnh các thành viên đang làm việc trong phòng thí nghiệm hoặc đang tham gia hội nghị.



Tiểu sử

Viết tiểu sử chuyên nghiệp đưa ra lý do mọi người nên theo dõi bạn. Thông tin trong tiểu sử không chỉ thể hiện bạn là ai mà còn thể hiện những giá trị mà bạn đại diện, sứ mệnh và mục tiêu của bạn.

Đo lường mức độ thành công

Một phần quan trọng trong quá trình này là đánh giá chính thức mức độ tương tác mà bạn đang đạt được và duy trì. Hầu hết các nền tảng mạng xã hội đều có công cụ đo lường phản ứng (ví dụ: lượt đánh giá, lượt thích, v.v.) để bạn sử dụng.^{5,7} Các công ty bên thứ ba cũng cung cấp tùy chọn này nhưng có thể yêu cầu phải trả tiền để sử dụng.⁵ Các công cụ phân tích miễn phí hàng đầu bao gồm:

- Google analytics (<https://marketingplatform.google.com/about/analytics/>)

- Công cụ phân tích từ Meta (công ty mẹ của Facebook) business suite (<https://business.facebook.com/business/loginpage/>)
- Instagram analytics (sử dụng “Instagram Insights” trên điện thoại di động để xem kết quả cơ bản)
- X (trước đây là Twitter) analytics (truy cập thông qua tài khoản của bạn hoặc <https://analytics.twitter.com>)
- LinkedIn page analytics (<https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a547077/linkedin-page-analytics-overview?lang=en>)

Kết luận: Hướng dẫn bắt đầu nhanh

1. Bắt đầu từ quy mô nhỏ



- Bắt đầu với việc sử dụng các tài liệu và nguồn lực có sẵn.
- Không nên có cảm giác áp lực phải triển khai quy mô lớn nếu bạn đang bị hạn chế về nguồn lực hoặc thời gian.

2. Ưu tiên thiết bị di động



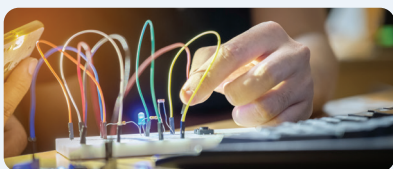
- Độc giả của bạn có thể đọc nội dung khi đang di chuyển. Vì vậy, hãy đảm bảo nội dung dễ đọc trên màn hình nhỏ.
- Nên sử dụng ít từ hơn, kết hợp hình ảnh hoặc hoạt họa thu hút sự chú ý và truyền tải một thông điệp mỗi lần.

3. Khuyến khích các cuộc trò chuyện



- Mạng xã hội sẽ hiệu quả hơn khi có nhiều người tham gia vào các cuộc trò chuyện.
- Mời các thành viên và đồng nghiệp theo dõi và chia sẻ nội dung của bạn.
- Bắt đầu hoặc tham gia vào các cuộc trò chuyện với đồng nghiệp trên mạng xã hội bằng cách gắn thẻ, tương tác và chia sẻ nội dung của nhau.

4. Thử nghiệm với những hoạt động đem lại hiệu quả cho bạn



- Thành công trên mạng xã hội đòi hỏi thời gian và không có một giải pháp chung nào áp dụng cho tất cả.
- Hãy thử nghiệm với các chủ đề và phong cách nội dung khác nhau và xem chủ đề, phong cách nào phù hợp hơn với bạn và tổ chức của bạn.

5. Nâng cấp



- Xây dựng kế hoạch tuyên truyền trên mạng xã hội có thể kéo dài trong một khoảng thời gian nhất định (ví dụ: một tháng).⁴³
- Tận dụng các tài liệu có sẵn và cố gắng đăng một số bài đăng mỗi tuần.
- Mời tham gia và tham gia vào các cuộc trò chuyện.
- Kiểm tra, đo lường và tối ưu hóa.

Phụ lục 1

Đường liên kết đến các nguồn AMS/AMR đáng tin cậy và thông tin về việc xử lý các vấn đề bản quyền:

Bảng gồm các đường liên kết hữu ích đến các tài liệu nâng cao nhận thức về AMR có thể tái sử dụng cho công chúng từ các nguồn đáng tin cậy cùng thông tin về việc tránh các vấn đề bản quyền	
Úc	World AMR awareness week (Australian Government) Đường liên kết đến các tài liệu đồ họa, câu đố và tờ thông tin: https://www.safetyandquality.gov.au/our-work/antimicrobial-stewardship/world-amr-awareness-week/resources-world-amr-awareness-week
Châu Á	World Organisation for Animal Health Các đường liên kết chủ yếu bao gồm tài liệu truyền thông về AMR nhằm đến các vấn đề sức khỏe động vật, nhưng cũng có một số tài liệu nhằm đến các nhóm người khác và được xuất bản bằng nhiều ngôn ngữ châu Á: Tài liệu in: https://rr-asia.woah.org/en/projects/antimicrobial-resistance/communication-materials/ Video: https://rr-asia.woah.org/en/projects/antimicrobial-resistance/awareness-videos-to-combat-amr/
Canada	Go Blue for AMR (AMR Awareness Canada) Đường liên kết bao gồm hình ảnh để tải về, thông điệp AMR đề xuất và đường liên kết đến các tài liệu khác: https://antibioticawareness.ca Antibiotic wise (BC CDC) Đường liên kết bao gồm tài liệu, câu đố, video và thông tin AMR bằng tiếng Trung và tiếng Thái: https://antibioticwise.ca
Châu Âu	European antibiotic awareness day (ECDC) Đường liên kết bao gồm tài liệu về thông điệp chính của AMS, tờ thông tin, đồ họa thông tin, câu chuyện của bệnh nhân, áp phích và video: https://antibiotic.ecdc.europa.eu/en/get-informed
Thái Lan	Thailand world antibiotic awareness week Trang web bằng tiếng Thái: https://atb-aware.thaidrugwatch.org
Vương quốc Anh	Become an antibiotic guardian: Keep antibiotics working (UK Health Security Agency) Đường liên kết bao gồm video về những viên thuốc nhảy múa, áp phích và tờ rơi: https://antibioticguardian.com/keep-antibiotics-working/ e-Bug AMR training for school students (UK Health Security Agency) Đường liên kết bao gồm một video ngắn, đơn giản giải thích cơ chế phát sinh AMR: https://e-bug.eu/ks4-antimicrobial-resistance
US	US antibiotic awareness week (US CDC) Đường liên kết dẫn đến các tài liệu khác nhau, bao gồm hình ảnh và gif trên mạng xã hội: https://www.cdc.gov/antimicrobial-resistance/communication-resources/usaaw.html
Toàn thế giới	Tuần lễ Nâng cao Nhận thức về AMR Thế giới (WHO) Tìm "Campaign Guide" của năm hiện tại để tìm tài liệu trên mạng xã hội: https://www.who.int/campaigns/world-amr-awareness-week/2024
Các bài báo có sẵn miễn phí về bản quyền và mạng xã hội	<ul style="list-style-type: none"> Get privacy trending: Best practices for the social media educator. Dong SW cùng cộng sự Open Forum Infect Dis. 2021;8:ofab084. Có trên: https://academic.oup.com/ofid/article/8/3/ofab084/6144607?login=false Medical images, social media and consent. Segal JP, Hansen R. Nat Rev Gastroenterol Hepatol. 2021;18:517-518. Có trên: https://www.nature.com/articles/s41575-021-00453-1 Pause Before Posting: Avoiding Copyright Litigation and Content Takedowns. Forsander S, Rheintgen K. Mo Med. 2022;119:416-420. Có trên: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9616453/

BC, British Columbia; CDC, Centers for disease control (Trung tâm Kiểm soát và Phòng ngừa Dịch bệnh); ECDC, European Centre for Disease Prevention and Control (Trung tâm Phòng ngừa và Kiểm soát Dịch bệnh Châu Âu); US, United States (Hoa Kỳ); WHO, World Health Organization (Tổ chức Y tế Thế giới)

Tài liệu tham khảo

1. WHO. Antimicrobial Stewardship Interventions: A Practical Guide. World Health Organization; 2021:1-72. Accessed July 4, 2024. Available at: <https://www.who.int/europe/publications/item/9789289056267>.
2. Price L, et al. Effectiveness of interventions to improve the public's antimicrobial resistance awareness and behaviours associated with prudent use of antimicrobials: a systematic review. *J Antimicrob Chemother* 2018;73(6):1464-1478.
3. Ulaya G, et al. Awareness of Antibiotics and Antibiotic Resistance in a Rural District of Ha Nam Province, Vietnam: A Cross-Sectional Survey. *Antibiotics (Basel)* 2022;11(12):1751.
4. Cawcutt KA, et al. Using social media to disseminate research in infection prevention, hospital epidemiology, and antimicrobial stewardship. *Infect Control Hosp Epidemiol* 2019;40(11):1262-1268.
5. Cole KA, et al. How to Harness the Power of Social Media for Quality Drug Information in Infectious Diseases: Perspectives on Behalf of the Society of Infectious Diseases Pharmacists. *Clin Infect Dis* 2022;74(Suppl_3):e23-e33.
6. Langford BJ, et al. Go V.I.R.A.L.: Social Media Engagement Strategies in Infectious Diseases. *Clin Infect Dis* 2022;74(Suppl_3):e10-e13.
7. Nematollahi S, et al. The Digital Classroom: How to Leverage Social Media for Infectious Diseases Education. *Clin Infect Dis* 2022;74(Suppl_3):S237-S243.
8. Acharya KP, Subedi D. Use of Social Media as a Tool to Reduce Antibiotic Usage: A Neglected Approach to Combat Antimicrobial Resistance in Low and Middle Income Countries. *Front Public Health* 2020;8:558576.
9. Shanahan, M, Bahia K. The State of Mobile Internet Connectivity Report 2023; 2023:1-81. Accessed July 5, 2024. Available at: https://www.gsma.com/r/wp-content/uploads/2023/10/The-State-of-Mobile-Internet-Connectivity-Report-2023.pdf?utm_source=website&utm_medium=button&utm_campaign=somic23
10. Bracht M, et al. A Survey of Parental Knowledge of Respiratory Syncytial Virus and Other Respiratory Infections in Preterm Infants. *Neonatal Netw* 2021;40(1):14-24.
11. Zucco R, et al. Internet and social media use for antibiotic-related information seeking: Findings from a survey among adult population in Italy. *Int J Med Inform* 2018;111:131-139.
12. Kullar R, et al. To Tweet or Not to Tweet-a Review of the Viral Power of Twitter for Infectious Diseases. *Curr Infect Dis Rep* 2020;22(6):14.
13. Statista. Internet and social media users in the world 2024. Statista. Accessed July 3, 2024. Available at: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>
14. United Nations. Population by world region. Population by world region. March 31, 2023. Accessed June 18, 2024. Available at: <https://ourworldindata.org/grapher/population-regions-with-projections>
15. Mathew P, et al. Communication strategies for improving public awareness on appropriate antibiotic use: Bridging a vital gap for action on antibiotic resistance. *J Family Med Prim Care* 2019;8(6):1867-1871.

16. Redfern J, et al. Raising awareness of antimicrobial resistance among the general public in the UK: the role of public engagement activities. *JAC Antimicrob Resist* 2020;2(1):dlaa012.
17. Wang L, et al. Using Weibo and WeChat social media channels to assess public awareness and practices related to antimicrobial resistance, China, 2019. *BMC Public Health* 2021;21(1):921.
18. McCullough AR, et al. A systematic review of the public's knowledge and beliefs about antibiotic resistance. *J Antimicrob Chemother* 2016;71(1):27-33.
19. Krockow EM, et al. Existing terminology related to antimicrobial resistance fails to evoke risk perceptions and be remembered. *Commun Med (Lond)* 2023;3(1):149.
20. European Centre for Disease Prevention and Control (ECDC). Key messages for the general public. EUROPEAN ANTIBIOTIC AWARENESS DAY. September 29, 2021. Accessed August 16, 2024. Available at: <https://antibiotic.ecdc.europa.eu/en/get-informed/key-messages/general-public>
21. Gilham EL, et al. Assessing the impact of a national social marketing campaign for antimicrobial resistance on public awareness, attitudes, and behaviour, and as a supportive tool for healthcare professionals, England, 2017 to 2019: Supplementary data. Accessed August 16, 2024. Available at: <https://www.eurosurveillance.org/content/10.2807/1560-7917.ES.2023.28.47.2300100>
22. UK Health Security Agency. Become An Antibiotic Guardian. Become An Antibiotic Guardian. Accessed August 16, 2024. Available at: <https://antibioticguardian.com>
23. US CDC. Do antibiotics have side effects? Accessed August 22, 2024. Available at: <https://www.cdc.gov/antibiotic-use/media/pdfs/Do-Antibiotics-Have-Side-Effects-508.pdf>
24. Gilham EL, et al. Assessing the impact of a national social marketing campaign for antimicrobial resistance on public awareness, attitudes, and behaviour, and as a supportive tool for healthcare professionals, England, 2017 to 2019. *Euro Surveill* 2023;28(47):2300100.
25. UK Health Security Agency. How did singing and dancing pills raise awareness of antibiotic resistance? April 30, 2024. Accessed July 9, 2024. Available at: <https://ukhsa.blog.gov.uk/2024/04/30/how-did-singing-and-dancing-pills-raise-awareness-of-antibiotic-resistance/>
26. The Pew Charitable Trusts. Supermoms Against Superbugs: Meet the Movement. April 21, 2016. Accessed July 9, 2024. Available at: <http://pew.org/1SVuyLt>
27. Davis M, et al. Understanding media publics and the antimicrobial resistance crisis. *Glob Public Health* 2018;13(9):1158-1168.
28. McNicholas M, Hooper G. Effects of patient education to reduce antibiotic prescribing rates for upper respiratory infections in primary care. *Fam Pract* 2022;39(1):1-5.
29. Mortazhejri S, et al. Systematic review of patient-oriented interventions to reduce unnecessary use of antibiotics for upper respiratory tract infections. *Syst Rev* 2020;9(1):106.
30. Ritchie SR, et al. The use of a poster to reduce expectations to receive antibiotics for a common cold. *Eur J Clin Microbiol Infect Dis* 2019;38(8):1463-1469.
31. López-Pintor E, et al. Antibiotic Infographics Available on the Internet: Documentary Quality, Purpose, and Appropriateness as Educational Tools on Antimicrobial Resistance. *Antibiotics (Basel)* 2023;12(3):462.
32. US CDC. About U.S. Antibiotic Awareness Week (USAAW). Antimicrobial Resistance. May 7, 2024. Accessed July 9, 2024. Available at: <https://www.cdc.gov/antimicrobial-resistance/communication-resources/usaaw.html>

33. Parveen S, et al. Public Health Interventions to Improve Antimicrobial Resistance Awareness and Behavioural Change Associated with Antimicrobial Use: A Systematic Review Exploring the Use of Social Media. *Antibiotics (Basel)* 2022;11(5):669.
34. Salimi NT, et al. Comparing the Effects of Mobile-Based Education and Booklet-Based Education on Iranian Mothers' Perception on Antibiotics: A Quasi-Experimental Study. *J Pediatr Nurs* 2021;61:122-129.
35. Eley CV, et al. Young People's Knowledge of Antibiotics and Vaccinations and Increasing This Knowledge Through Gaming: Mixed-Methods Study Using e-Bug. *JMIR Serious Games* 2019;7(1):e10915.
36. Huang Z, et al. An Evidence-Based Serious Game App for Public Education on Antibiotic Use and Antimicrobial Resistance: Protocol of a Randomized Controlled Trial. *JMIR Res Protoc* 2023;12:e45833.
37. Prapharsavat R, et al. Raising awareness of antimicrobial resistance: development of an "antibiotic footprint calculator." *J Antimicrob Chemother* 2023;78(6):1317-1321.
38. Arieti F, et al. The antimicrobial resistance travel tool, an interactive evidence-based educational tool to limit antimicrobial resistance spread. *J Travel Med* 2022;29(4):taac045.
39. Zowawi HM, et al. The Potential Role of Social Media Platforms in Community Awareness of Antibiotic Use in the Gulf Cooperation Council States: Luxury or Necessity? *J Med Internet Res* 2015;17(10):e233.
40. Andersen B, et al. Understanding and Diagnosing Antimicrobial Resistance on Social Media: A Yearlong Overview of Data and Analytics. *Health Commun* 2019;34(2):248-258.
41. Or PL, Ching TY. The effectiveness of raising Hong Kong parents' awareness of antimicrobial resistance through an education program with peer support on social media: a randomized, controlled pilot study. *BMC Public Health* 2022;22(1):315.
42. Newitt S, et al. Demographic, Knowledge and Impact Analysis of 57,627 Antibiotic Guardians Who Have Pledged to Contribute to Tackling Antimicrobial Resistance. *Antibiotics (Basel)* 2019;8(1):21.
43. Barchitta M, et al. The "Obiettivo Antibiotico" Campaign on Prudent Use of Antibiotics in Sicily, Italy: The Pilot Phase. *Int J Environ Res Public Health* 2020;17(9):3077.



AMR&S
WORKING GROUP